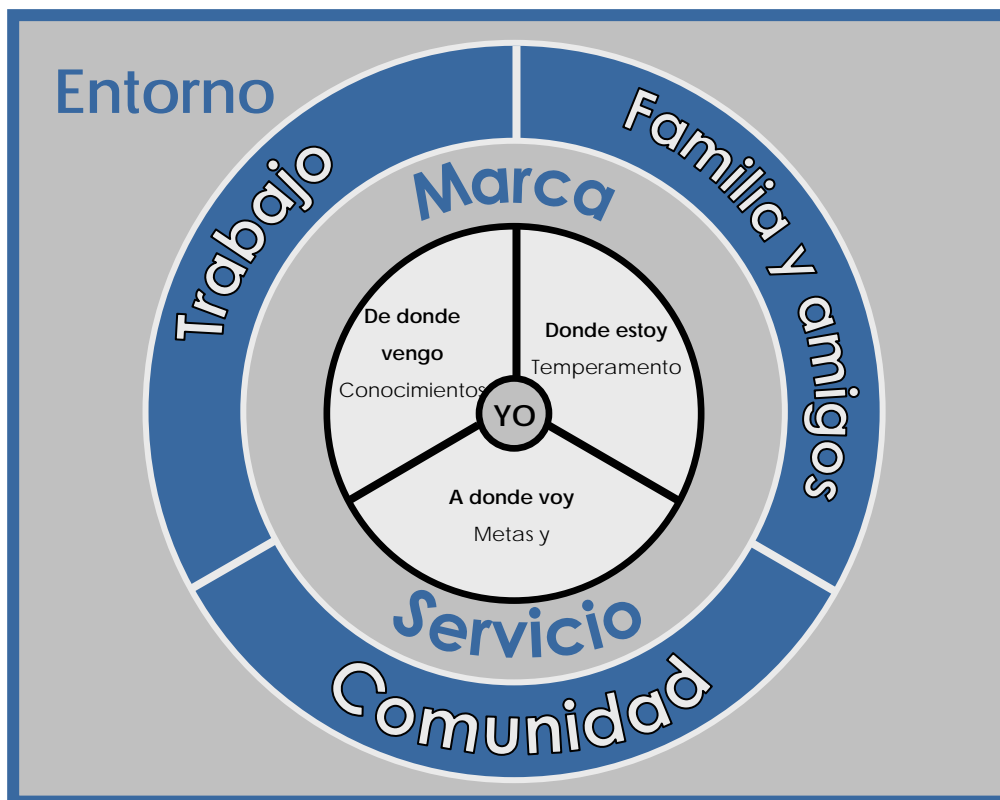


Taller de Marca Personal para coaches y profesionales



1	Introducción	3
2	Marca Personal	4
2.1	¿Qué es una Marca Personal?.....	4
2.2	Componentes de una Marca Personal.....	9
2.3	Como descubrir tú Marca Personal.	11
2.4	Matriz de Marca Personal.....	14
2.5	Leyes de Marca Personal.....	18
2.6	Manifiesto de Marca Personal.....	22
2.7	Mantenimiento de la Marca Personal.....	23
2.8	Ejercicio: ¿Cuál es tu Marca Personal?.....	24
3	Marketing Personal	30
3.1	Conceptos básicos de Marketing Personal.....	30
3.2	Conceptos básicos de Marketing de Servicios Profesionales.....	32
3.3	La clave del Marketing: Satisfacer las necesidades de los demás.....	34
3.4	Superar los prejuicios acerca del Marketing Personal.....	35
3.5	Herramientas de Marketing Personal.....	35
3.6	Ejercicio: Plan de Marketing Personal para los próximos 12 meses.....	49
4	Conclusión	58

1 Introducción

¿Las personas podemos tener una Marca? ¿Sabes cual es la tuya? ¿Como podemos hacer que nuestro trabajo tenga una marca propia y sea más visible, reconocido y valorado? ¿Cómo puede conseguir una Marca Personal que nuestros esfuerzos sean mejor recompensados? ¿Por qué una marca nos hace ser más valorados como personas y como equipos? ¿Sabemos como somos percibidos a nivel personal y profesional? ¿Se puede aplicar el concepto de marca a un equipo o departamento?

En una economía que está estandarizando los procesos, homogeneizando los productos y convirtiendo a los profesionales en “commodities”, es imprescindible diferenciarse y que se reconozca el “valor añadido” que aportamos a las organizaciones. La mejor forma de conseguirlo es descubriendo y comunicando nuestra Marca. En un mundo en el que nadie es imprescindible, tener una Marca Personal, te hace ser tenido más en cuenta porque es percibido como un profesional singular, único y con unas características claras.

Una Marca Personal, es la percepción que tiene nuestro entorno de aquellos atributos que nos hacen sobresalir, diferenciarnos y ser tenidos en cuenta por aquellos que necesitan de nuestros servicios. Descubrir nuestra Marca Personal es la mejor manera de sobrevivir en un entorno como el actual. Para descubrir nuestra Marca Personal, los profesionales tenemos que ser conscientes de quienes somos, lo que sabemos hacer y lo que tenemos que mejorar para desarrollar nuestro trabajo con eficacia. Además, todo esto debe hacerse con una mentalidad de largo plazo, creando un plan de desarrollo profesional y personal. En definitiva, se trata de que cada persona asuma la responsabilidad de convertirse en protagonista de su futuro.

El concepto de Marca Personal proporciona herramientas, pero sobre todo, una nueva visión del trabajo, que permite a los profesionales conocerse mejor y asumir un papel más efectivo y activo en los puestos en los que desarrollan su trabajo.

El resultado final es una mejora del desempeño de los profesionales mediante una transformación de la mentalidad, de “empleado” al de “microempresa YO, S.A.”, para trabajar día a día con el fin de mejorar como individuo pero buscando siempre satisfacer las necesidades de su entorno (clientes, compañeros, jefes, subordinados).

El concepto es revolucionario por su sencillez y su utilidad no se limita al ámbito laboral sino que también es directamente aplicable al entorno personal. Aunque lleva casi 10 años practicándose en las principales empresas de EEUU (IBM, HP, Disney, Microsoft, American Airlines, Accenture y muchas más), hasta ahora nadie lo había puesto en marcha en nuestro país.

Si quieres saber como descubrir tu Marca y como aplicarla a ti mismo o a tu equipo este es el primer paso para conseguirlo.

2 Marca Personal

2.1 ¿Qué es una Marca Personal?

Marcar: (verbo) dejar una impresión inolvidable en la mente de alguien.

Concise Oxford Dictionary.

Marcar: Actuar sobre alguien o algo imponiéndole carácter o dejándole huella moral.

Diccionario de la Real Academia Española

Echa un vistazo a estas preguntas y reflexiona sobre ellas:

- ¿Quién eres?
- ¿A quien le importas?
- ¿Por que deberías importarles?
- ¿Cuál es tu misión en la vida?
- ¿Qué es lo que quieres comunicarle a la gente?
- ¿Cómo puedes estar seguro de que aquello que tienes para ofrecerle al mundo es algo único?
- ¿Eres capaz de verte como una marca con todo lo que ello significa?
- ¿Te desagrada esa idea? ¿En que sentido?
- ¿Puede una carrera profesional ser gestionada de la misma forma que un producto con marca?
- ¿Cómo has manejado tu carrera y tu trayectoria laboral?
- ¿Que productos o servicios has desarrollado o participado en su desarrollo en los últimos 6-12 meses?
- ¿Cuál es la promesa de valor de tu marca?
- ¿Quién reconoce tu trabajo?
- ¿Como y porqué lo reconoce?
- ¿Por qué valoran tu contribución?
- ¿Como podrías crear una Marca Personal? Concretamente, ¿Qué harías?

Estas preguntas tienen un denominador común, están relacionadas con el concepto de marca. Este manual es una guía para encontrar respuestas a estas preguntas.

¿Qué es una marca? Con mucha frecuencia, ni siquiera los profesionales del marketing tienen una respuesta clara, y muchos de ellos tienen su propia definición. Todo esto, lo único que consigue es generar confusión. Sin embargo, aquí tenéis algunas formas de definir este concepto.

Una marca es:

- Un nombre o símbolo utilizado para identificar productos o servicios de los fabricantes para diferenciarlos de otros bienes o competidores. (Los nombres o símbolos son parte de una marca, pero es una definición incompleta)
- En pocas palabras, una marca es una promesa. Identificar y asociar un producto o servicio con un compromiso de satisfacción y calidad.
- Un conjunto de características (o cualidades) asociadas a un símbolo o nombre de marca que incrementa (o reduce) valor a un producto o servicio.
- Es un conjunto de percepciones en la mente del consumidor
- Es una promesa de valor.
- Es una conexión emocional entre nosotros y nuestro entorno.
- Es la expresión de que somos únicos.
- Es un reflejo de nuestras competencias.
- Es la percepción de nuestra identidad.
- Es la muestra de nuestra autenticidad.
- Es una descripción poco convencional de nuestra personalidad.
- Es un reflejo de nuestros valores y pasiones.
- Es una comunicación constante de nuestras habilidades.
- Es la definición de la confianza.

Y algo más:

- El branding de verdad es personal.
- El branding de verdad significa integridad.
- El branding de verdad significa consistencia y frescura.
- El branding de verdad es la respuesta a ¿Quiénes somos? ¿Cual es nuestra historia? ¿Por qué estamos aquí? ¿De que modo somos únicos? ¿Que es nuestro algo único? ¿Significa eso una gran diferencia? ¿A quién le importa?
- El branding de verdad es por qué yo/tu/nosotros (todos) nos levantamos de la cama cada mañana.
- El branding de verdad no puede ser limitado.
- El branding de verdad es un asunto sistemático, de 24 horas al día a la semana, de todos los departamentos, de todas las manos disponibles.

La Marca Personal es una respuesta a nuestra necesidad de individualidad propia del ser humano. Existe una necesidad interna de reconocimiento social, de que nos distingan frente a los otros, de que nos reconozcan como individuos diferentes. Es una forma de trascender, de escapar a la noción de hombre-masa acerca de la cual han hablado tantos filósofos y sociólogos.